

Meningkatkan Usaha “Baso Seafood Dansun” dalam Memikat Cita Rasa dan Kepuasan Masyarakat

Lukman Hakim

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

lukman@untag-sby.ac.id

Dianti Eka Astria

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

dantiekaas@gmail.com

Abstrak

Sekarang banyak masyarakat berjualan makanan layaknya seperti makanan khas luar negeri. Salah satunya adalah di daerah Simomulyo terdapat kedai “Baso Seafood Dansun” yang menjual makanan ala khas korea. Kedai Dansun ini sudah cukup ramai dikunjungi pembeli, namun masih banyak perbaikan dalam segi menu, tampilan kedai, serta sistem promosi. Kedai Dansun hanya menjual menu makanan tetapi tidak disertai minuman. Hal ini membuat bagi pembeli yang ingin makan di tempat tidak tersedia minuman. Selain itu tampilan Kedai Dansun juga kurang menarik, seperti cat tembok yang sudah mengelupas, lampu yang kurang terang, banner kedai yang sudah memudar, buku menu yang sudah memudar. Selain itu dari segi promosi juga Kedai Dansun tidak memiliki label kedai yang tertempel di kemasan, kurangnya promosi di media online, serta tidak adanya marketplace online yang bisa diakses masyarakat jika tidak bisa datang ke tempat. Untuk itu, kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan dan memperbaiki kekurangan-kekurangan UMKM ini agar kedepannya bisa lebih baik dan lebih layak. Pengembangan nantinya seperti pembuatan label baru di kemasan, perbaikan tampilan kedai agar lebih menarik dan nyaman dipandang, pelengkapan fasilitas yang kurang seperti penggantian lampu yang lebih terang, inovasi pembuatan menu minuman baru seperti milkshake dengan berbagai macam rasa, dan pembuatan marketplace online seperti di aplikasi GOJEK, serta membantu mempromosikan di media massa agar lebih diketahui banyak masyarakat. Konsep dari pengembangan UMKM ini adalah untuk memajukan kedai Dansun menjadi lebih terkenal di kalangan masyarakat luas dengan tampilannya yang menarik dan cita rasanya yang enak. Dalam pengembangan ini peneliti menggunakan beberapa metode agar tercipta keberhasilan yang maksimal dan sesuai harapan. Metode-metode yang dilaksanakan diantaranya adalah: 1) Melakukan survey di lokasi dan menganalisis permasalahan; 2) Melakukan izin persetujuan dengan pemilik kedai dan pengelola desa setempat; 3) Melakukan kegiatan sesuai tempo hari yang dijadwalkan; 4) Melakukan perekapan akhir dan evaluasi; 5) Analisis SWOT. Dengan itu, peneliti bisa mengerti bagaimana tujuan yang nantinya akan dicapai dan bagaimana mengatasi resiko yang sewaktu-waktu terjadi di lokasi.

Kata kunci: 1; fasilitas 2; media massa 3; promosi

Pendahuluan

Pada era globalisasi, budaya asing mulai menyerbu beberapa negara. Termasuk Indonesia. Budaya ini telah bercampur dan mulai mempengaruhi perilaku dan preferensi orang. Masyarakat juga tidak menarik diri dari budaya tersebut tanpa mengorbankan identitas dan kepribadian bangsa Indonesia. Budaya yang masuk ke Indonesia antara lain budaya Barat, Jepang dan Korea. Belakangan ini, budaya Korea berkembang pesat di Indonesia. Fenomena ini disebut juga dengan fenomena *Korean wave* atau *Hallyu*. Budaya yang dimasukkan ke dalam kehidupan sehari-hari termasuk lagu, film, fashion, kosmetik, dan kuliner (<https://egsa.geo.ugm.ac.id>).

Makanan Korea adalah bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha yang baru memulai atau yang sudah lama hidup di dunia. Bisnis ini banyak diminati dari berbagai kalangan. Hal ini dikarenakan pangan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang dan bisnis ini tidak pernah mati dan terus berkembang setiap tahunnya.

Menurut Friska (2021), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi barang dan jasa. Saat menentukan harga suatu produk, Anda perlu mempertimbangkan dengan cermat kebenaran antara kualitas produk dan harga jual produk. Kesalahan penetapan harga dapat merusak bisnis Anda. Pengusaha perlu memperhatikan ekonomi konsumen saat menetapkan harga. Hal ini untuk membuat produk yang terjangkau untuk semua orang. Bagi konsumen, harga menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

Kepuasan pelanggan tergantung pada bagaimana layanan diberikan. Pelayanan adalah tindakan individu atau organisasi yang memberikan kepuasan kepada konsumen, sesama karyawan, dan pimpinan (Rahmat, 2017). Kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (Yuyun, Gunarsa, 2011). Kualitas pelayanan merupakan usaha yang bertujuan untuk mewujudkan kenyamanan konsumen dalam transaksi penjualan. Hal ini juga mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali melakukan transaksi penjualan. Kualitas pelayanan yang prima membuat konsumen senang dan enggan berpindah lokasi.

Kepuasan pelanggan adalah faktor yang sangat penting dalam bisnis yang sukses. Dengan semakin ketatnya persaingan di industri kuliner, para pengusaha perlu memberikan pelayanan yang terbaik untuk memberikan kesan yang baik kepada konsumen. Tercapainya kepuasan pelanggan berdampak positif dan dapat menambah pelanggan baru. Jika konsumen senang, mereka akan membeli berulang kali. Konsumen yang puas merekomendasikan lokasi memasak kepada saudara, teman dan kerabat.

Baso Seafood Dansun yang berada di daerah Simomulyo ini merupakan salah satu kedai yang menjual makanan ala khas Korea. Perpaduan isi dan saos Gochujangnya sangat memikat cita rasa lidah masyarakat. Cara pemasakan yang tidak begitu ribet juga memudahkan kedai ini menyediakan dengan cepat waktu sehingga konsumen tidak menunggu begitu lama. Sehingga membuat masyarakat sering mendatangi kedai ini dikarenakan rasa yang nagih dan pelayanannya yang cepat.

Kedai "Baso Seafood Dansun" ini memang bisa dikatakan kurang strategis penempatannya. Kedai ini terletak di dalam gang perumahan yang tidak bisa dilihat oleh banyak orang yang berlalu Lalang di jalanan besar. Sehingga hanya beberapa kalangan sekitar daerah ini yang mengetahuinya ataupun orang luar bisa mengetahui lewat postingan media dan dari informasi dari mulut ke mulut.

Kedai ini tidak begitu luas, hanya terdiri dari beberapa petak saja yang dimana hanya bisa menampung orang yang makan ditempat sekitar 6-8 orang saja. Dikatakan sempit memang sempit karena memang lahan yang dimiliki hanya tersedia seluas tersebut. Jadi bagi mereka yang ingin makan ditempat akan terasa sempit dan engap. Terasa engap karena kategori makanan ini harus selalu dipanaskan diatas kompor agar rasanya tetap nikmat saat dimakan. Kompor harus selalu menyala selama masa penjualan karena mengusahakan saat konsumen menikmatinya makanan ini masih terasa hangatnya dan berasa saosnya.

Tempat yang tidak begitu luas menyebabkan penjual harus bagaimanapun menempatkan kompor juga disatu area dengan konsumen. Meskipun sudah disediakan kipas tetap saja konsumen yang makan ditempat akan merasa engap. Untungnya kedai ini terbuka

luas tanpa adanya sekat dengan area luar. Sehingga angin dari luar bisa masuk kedalam yang bisa menambah kesejukan hawa di kedai Dansun. Letak yang tidak dipinggir jalan besar juga memungkinkan angin yang masuk tidak terlalu banyak polusi dan lumayan sejuk.

Namun, setelah melihat dari hasil survey, kedai ini juga perlu perbaikan untuk mengembangkan usahanya agar lebih menarik dan lebih baik. Meskipun mempunyai cita rasa yang nikmat, namun tampilan kedai juga harus diperhatikan agar menarik dan enak dipandang mata. Penyediaan fasilitas juga harus diperhatikan agar konsumen puas dengan penjualan maupun pelayanan. Karena jika cita rasa makanan tidak diimbangi dengan pelayanan dari penjual yang maksimal juga tidak akan seimbang. Dan pada dasarnya kepuasan masyarakat adalah tanggung jawab penjual agar perusahaan penjual juga mendapat pandangan nilai positif.

Dari segi tampilan kedai, kedai ini masih kurang menarik. Cat tembok yang mulai mengelupas membuat pandangan mata menjadi kurang nyaman karena seperti tembok yang kumuh. Pencahayaan yang kurang terang juga kurang maksimal karena seperti kedai yang kurang mencolok jika dilihat dari area jauh atau dari area luar yang bisa dikatakan sebagai kedai redup. Hal ini bisa mempengaruhi kinerja penjual sekaligus bagi konsumen yang ingin memotret untuk dipublikasikan ke media juga akan menjadi redup dan tidak jelas.

Kedai ini menyediakan makanan, namun sayangnya tidak menyediakan penjualan minuman. Hal ini juga memengaruhi konsumen yang makan di tempat akan kebingungan jika membutuhkan minuman. Meskipun tema utamanya adalah penjualan makanan namun alangkah baiknya jika dilengkapi dengan minuman agar konsumen semakin puas dengan penyediaan penjualan. Yang artinya jika ada makanan maka disitu harus ada minuman sebagai penyeimbang.

Selain itu, banner kedai dan papan menu yang sudah mulai luntur juga akan menjadi masalah dalam hal penjualan. Tulisan yang luntur akan susah dibaca oleh masyarakat, sehingga masyarakat akan kesulitan untuk mengetahui apa saja yang dijual di kedai ini. Jika memang sudah mulai luntur akan lebih baiknya digantikan yang baru agar tulisan bisa dibaca jelas oleh masyarakat. Karena banner merupakan salah satu identitas sebuah perusahaan agar masyarakat mengetahui jika ada sebuah perusahaan yang berdiri di tempat itu dengan penjualan tertentu. Sedangkan menu akan menuliskan semua isi daftar makanan dan minuman ataupun barang lain yang dijual di dalam sebuah perusahaan tersebut.

Fasilitas yang memadai juga poin utama dalam sebuah kegiatan apapun itu. Di kedai ini memang hampir fasilitas sudah tersediakan, seperti kursi dan meja untuk konsumen, kipas untuk penyejuk ruangan, tissue, bak sampah. Namun melihat tampilannya ada beberapa yang harus diganti baru karena sudah usang atau tidak bagus. Seperti penambahan kursi konsumen, karena ada satu kursi yang memang sudah tidak layak digunakan. Penggantian panci baso yang dikarenakan tampilan sudah hitam yang nantinya bisa membuat pikiran konsumen menjadi negative terhadap hasil makanan.

Selain itu dalam pengemasan juga kurang menarik. Di kemasan tidak tertera label kedai ini. Padahal jika tertera akan bisa membuat masyarakat semakin mengenali kedai Dansun ini melewati label kemasan. Dengan adanya label masyarakat akan lebih sering mengingat nama kedai ini yang nantinya bisa diinfokan ke masyarakat lain melalui informasi

mulut ke mulut ataupun media massa. Alhasil, konsumen yang mendatangi kedai akan berpotensi lebih tinggi daripada sebelumnya. Sekaligus dengan adanya label di kemasan juga akan mempercantik tampilan kemasan.

Dari berbagai permasalahan tersebut, peneliti akan melakukan pengembangan dengan memperbaiki masalah-masalah tersebut. Memberikan solusi sesuai dengan point permasalahan agar kedai ini menjadi lebih baik. Karena kedai ini menjual bahan pangan maka dari itu kegiatan ini akan masuk ke bagian pengelolaan UMKM bagian penjualan pangan. Yang dimana pengembangan UMKM ini akan dilaksanakan sesuai hari yang sudah ditentukan yaitu 12hari berturut. Selama 12hari ini diusahakan peneliti memang sudah memenuhi target pengembangannya. Inovasi-inovasi yang akan diberikan ke kedai harus bisa terbukti nyata perubahannya. Dalam kata lain, peneliti memberikan solusi untuk kedai agar menjadi semakin maju dan lebih berkembang dari sebelumnya.

Dari segi permasalahan peneliti akan mengembangkan *self promotion*, menciptakan inovasi pembuatan label, pelengkapan fasilitas kedai yang dibutuhkan, pengembangan tampilan kedai agar bisa terlihat semenarik mungkin di mata masyarakat. Selain itu peneliti juga akan menciptakan inovasi minuman baru di kedai ini agar kedepannya kedai ini menjual makanan beserta pelengkap keseimbangannya yaitu minuman. Selain itu peneliti juga akan mengembangkan hal-hal lain yang memng perlu ditambahkan dalam pengembangan UMKM kedai ini. Karena apapun kegiatannya, kepuasan masyarakat menjadi point utama yang bisa memberikan pengaruh besar terhadap sebuah penjualan. Jadi, apapun juga akan semaksimal mungkin diusahakan agar masyarakat mendapatkan pelayanan yang maksimal muali dari segi pelayanan fisik maupun pelayanan non fisik.

Tujuan dari kegiatan ini adalah meneliti suatu permasalahan yang ada di salah satu kedai makanan yaitu kedai "Baso Seafood Dansun". Meneliti permasalahan ini agar peneliti mempunyai tujuan untuk memberikan solusi penyelesaian dari masalah tersebut. Mengembangkan point permasalahan yang perlu dikembangkan dan menyelesaikan permasalahan yang perlu diselesaikan agar menjadi lebih baik kedepannya. Sehingga permasalahan di kedai ini bisa teratasi dan menjadi meningkat omset penjualannya daripada sebelumnya.

Metode

Metode Pelaksanaan adalah metode yang menggambarkan penguasaan penyelesaian pekerjaan yang sistematis dari awal sampai akhir meliputi tahapan/urutan pekerjaan utama dan uraian/cara kerja dari masing-masing jenis kegiatan pekerjaan utama yang dapat dipertanggung jawabkan secara teknis.

Di kegiatan ini peneliti melakukan berbagai tahap mulai dari survey sampai evaluasi. Di dalam semua itu, peneliti harus benar-benar melakukan metode yang sesuai dan tersusun secara urut. Hal ini dikarenakan agar kegiatan bisa berjalan teratur dan sesuai hasil yang diinginkan. Metode yang dilakukan peneliti secara urut adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survey lokasi dan menganalisis permasalahan

Peneliti harus melakukan survey ke lokasi sebelum waktu kegiatan dimulai. Dengan adanya survey ini peneliti dapat menganalisis apa saja permasalahan yang harus

diselesaikan dan apa saja yang harus dikembangkan. Jadi saat kegiatan peneliti sudah mempunyai rencana yang terstruktur sebelumnya.

2. Melakukan izin persetujuan dengan pemilik kedai dan pengelola desa setempat

Sebelum melakukan kegiatan peneliti diwajibkan melakukan izin persetujuan dengan pemilik kedai dan pengelola desa seperti RT/ RW. Hal ini dikarenakan tanpa adanya persetujuan maka kegiatan juga tidak akan berlangsung. Selain itu dengan adanya perijinan maka masyarakat akan mengetahui jika peneliti sedang melakukan riset di lokasi tersebut atas dasar penyelesaian tugas tertentu.

3. Melakukan kegiatan sesuai tempo hari yang dijadwalkan

Setelah mendapatkan izin persetujuan dari pihak kedai dan pengelola desa, maka peneliti bisa langsung melakukan kegiatan. Dimana kegiatan ini adalah untuk menyelesaikan permasalahan dan mengembangkan yang perlu dikembangkan sesuai dengan hasil survey yang sudah dilakukan. Beberapa permasalahan yang ada peneliti harus menyelesaiannya dengan memberikan solusi semacamnya, beberapa yang perlu dikembangkan peneliti harus bisa mengembangkannya dengan tambahan inovasi lain agar menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Dalam pelaksanaan kegiatan peneliti harus sudah paham tujuan yang bagaimana yang nantinya akan dicapai dan dihasilkan.

4. Melakukan perekapan akhir dan evaluasi

Metode akhir adalah merekap semua hasil dari kegiatan. Tingkatan-tingkatan atau kemajuan dari kedai harus terbukti nyata hasilnya. Statistik perkembangan selama kegiatan juga harus nyata lebih baik daripada sebelumnya. Jika hasil akhir memang sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka kegiatan ini dikatakan berhasil memuaskan. Namun, jika ada beberapa rencana tujuan yang hasilnya kurang memuaskan, maka peneliti harus melakukan evaluasi. Dimana evaluasi ini mendalami apa saja faktor-faktor yang membuat hasil tujuan tidak memuaskan. Peneliti akan menganalisis mengapa faktor ini kurang memuaskan yang nantinya bisa diperbaiki kedepannya. Karena jika tidak ada evaluasi maka peneliti tidak akan menganalisis kesalahan dan kekurangan yang ada yang membuat kedepannya akan terulang kembali dan tidak akan menjadi lebih baik.

5. Analisis SWOT

SWOT adalah kepanjangan dari Strength, Weakness, Opportunities, Threats. Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategi untuk bisnis atau suatu proyek. Metode ini mempertimbangkan faktor internal dan eksternal guna menyusun strategi bisnis yang efektif.

Pengertian SWOT dapat diartikan dengan sederhana yaitu Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Analisis SWOT kerap digunakan untuk menganalisis suatu permasalahan. Suatu permasalahan dapat dilihat secara komprehensif dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman jika menggunakan analisis ini.

Analisis SWOT juga sering digunakan oleh manajemen perusahaan atau organisasi. Analisis SWOT biasanya dimanfaatkan untuk menyusun suatu rencana atau strategi. Strategi ini diharapkan mampu untuk membantu mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.

Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan program KKN ini bertujuan untuk memenuhi tugas dari universitas sebagai syarat kelulusan kuliah. Karena sistemnya individu maka batasan hari juga tidak sama lamanya dengan KKN kelompok misalnya KKN dari MBKM. Program ini mengharuskan mahasiswa agar bisa mengembangkan topik yang dipilih agar menjadi lebih maju dan baik daripada sebelumnya. Disini peneliti mengambil topik tentang pengembangan UMKM yaitu mengembangkan penjualan di kedai Dansun yang terletak di Simomulyo. Dalam pelaksanaannya, peneliti melengkapi fasilitas yang perlu diganti atau dilengkapi, menciptakan inovasi menu minuman baru, mengembangkan *self-promotion*, dan membantu proses penjualan sesuai hari yang sudah ditentukan. Dalam peraturan yang sudah ditetapkan universitas, batasan hari untuk program KKN individu ini adalah selama 12hari dengan waktu 8jam kerja per harinya. Selama 12hari tentunya peneliti mempunyai target tujuan yang berbeda agar dalam pengembangan topiknya bisa berhasil di hari akhir. Jadi, dalam melakukan kegiatan ini peneliti harus benar-benar teliti dan tanggung jawab terhadap program kerja yang sudah disusun secara terstruktur sebelumnya.

Mengembangkan sebuah topik UMKM pastinya bukan hal yang mudah dikarenakan banyak resiko yang harus siap dihadapi dari segi apapun. Untuk itu perlu juga menerapkan analisis SWOT dalam setiap progresnya agar lebih terinci, terselesaikan secara sistematis, dan matang saat terjadi resiko atau kendala secara tiba-tiba. Jika seseorang sudah menganalisis SWOT maka sudah dipastikan seseorang tersebut memahami segi positif maupun negative dari obyek yang menjadi sasaran tujuan.

Di setiap harinya peneliti diharuskan menyelesaikan kegiatan sesuai dengan yang tertulis di proposal. Selain itu, dalam setiap kegiatan menjalankan progress juga harus terlampir hasil dari masing-masing kegiatan. Hal ini diwajibkan dikarenakan untuk menegaskan mahasiswa bahwa mereka benar-benar terjun langsung dan menghasilkan tujuan yang nyata dan memberi perubahan terhadap topik yang dituju.

Selama 12 hari ini, peneliti berhasil mengembangkan kedai Dansun menjadi lebih baik sesuai dengan masing-masing permasalahannya. Peneliti menyelesaikan setiap point permasalahan dengan solusi yang tepat. Selain mengembangkan setiap permasalahannya, peneliti juga membantu proses penjualan di kedai hingga tutup. Hal ini dilakukan karena mengembangkan sebuah UMKM tidak hanya dari memberikan solusi dari permasalahannya, melainkan juga memahami bagaimana proses penjualan yang baik agar kepuasan masyarakat tetap terjaga secara maksimal.

Dari semua permasalahan yang ada, peneliti sudah menyelesaikannya dengan baik. Pengecetan tembok dengan warna yang lebih cerah, pelengkapan alat-alat kebersihan, penataan barang di setiap sudut agar tertata rapi, penggantian penerangan menjadi lebih terang dari sebelumnya, penambahan set meja dan kursi agar volume bagi mereka yang makan ditempat bertambah, alat-alat dapur, penambahan menu baru yaitu minuman dengan varian rasa, pembuatan *marketplace* seperti di Gojek dan Instagram, pembuatan logo identitas diri di kemasan, pembaruan banner, dan kegiatan tambahan lainnya. Semua kegiatan tersebut merupakan solusi dari permasalahan yang ada di kedai Dansun.

Dalam point perlengkapan kedai, peneliti harus membeli setiap barangnya ke beberapa toko yang sesuai dengan kebutuhan. Peneliti membeli dengan memilih harga yang tidak terlalu tinggi tetapi kualitasnya bagus. Hal ini dilakukan karena persediaan budget yang sudah pas dan menerapkan ke diri sendiri untuk lebih pintar dalam hal pembelian keperluan kebutuhan sehari-hari agar uang tidak habis secara cuma-cuma. Peneliti juga membeli bubuk minuman dengan rasa yang sering diminati masyarakat misalnya adalah coklat dan vanilla. Karena jika membeli dengan rasa yang kurang diminati masyarakat, maka hasil penjualan juga tidak akan bertambah.



Gambar Peneliti Membeli Perlengkapan Kedai

Peneliti melakukan proses penjualan juga tidak merasakan ngeluh meskipun sampai tutup malam hari. Membantu pengelola kedai dari buka hingga tutup. Dengan membantu proses penjualan ini juga menambah wawasan mengenai hal jual beli ke peneliti. Memahami bagaimana agar kepuasan masyarakat tetap terjaga, menyiapkan pesanan tepat waktu, menjaga kenyamanan tempat, dan bagaimana menarik perhatian masyarakat luas agar mengenal produk kedai Dansun dan membelinya. Hal itu menjadi point jiwa kewirausahaan tersendiri bagi peneliti dalam aspek pengembangan sektor UMKM ini.



Gambar Kegiatan Peneliti di Kedai

Peneliti juga membuat *marketplace* dan mempromosikannya di social media agar kedai Dansun makin banyak dikenal oleh masyarakat luas. Pembuatan *marketplace* ini peneliti buat dalam bentuk akun Gojek dan akun Instagram. Peneliti membuat di akun Instagram dan Gojek ini karena dua aplikasi ini berkesinambungan dalam pesan antar dan promosi penjualan. Aplikasi Instagram membantu dalam hal mempromosikan kedai, lalu untuk mereka yang ingin order via online bisa langsung ke link Gojek yang sudah disediakan di promosi Instagram. Dengan adanya *marketplace* ini penghasilan kedai menjadi bertambah karena masyarakat yang membeli lebih lebar ruang lingupnya. Yang dimana sebelumnya

hanya warga sekitar daerah Simomulyo yang mengetahui adanya kedai ini, sekarang



masyarakat luar Simomulyo juga sudah mulai mengenal kedai Dansun lewat promosian di Instagram.

Gambar Akun Kedai di Instagram dan Gojek serta Label Kedai

Identitas kedai juga sangat penting dalam sebuah bisnis penjualan. Hal ini dikarenakan agar masyarakat mudah mengingat nama kedai serta tidak adanya pengambilan hak nama dari orang lain yang tidak bertanggung jawab. Peneliti mendesain sebuah logo khusus untuk nama di kedai yang nantinya akan ditempel ke kemasan. Desain ini akan dicetak dalam dua bentuk yaitu stiker dan stempel. Mencetak dua bentuk dikarenakan jika stiker mengalami kehabisan persediaan maka bisa memakai bentuk stempel begitupun sebaliknya. Dengan adanya logo ini kemasan juga tidak bertampil polosan melainkan sudah ada gambar identitas dari kedai Dansun. Dengan adanya label di kemasan membuat masyarakat mengetahui bahwa kedai Dansun memang ada dan mudah untuk mengingat ketika akan membeli ke lokasi kembali ataupun mencari di social media untuk melakukan order via online.

Dalam melakukan program KKN bertopik UMKM ini tentunya peneliti juga harus mengetahui tentang analisis SWOT agar tujuan program ini dapat berhasil secara maksimal. Analisis SWOT ini sangat mempengaruhi keberhasilan suatu kegiatan bisnis atau kegiatan lainnya karena didalam analisis ini terstruktur strategi-strategi yang nanti akan dilakukan dalam kegiatan. Analisis SWOT ini Analisis SWOT ini terdiri dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Yang dimana point-point itu semua sangat mempengaruhi dalam keberhasilan di kegiatan penjualan kedai Dansun ini.

Point pertama yaitu menganalisis Strengths (kekuatan). Dalam program ini point kekuatan dari kedai Dansun ini adalah dari segi rasa dan harga. Produk yang dijual di kedai Dansun ini termasuk makanan modern dengan saos rasa modern ala Korea yang dimana cocok dengan lidah rata-rata masyarakat. Selain rasanya yang lezat dan menarik, harga produk makanan ini juga sesuai kantong yaitu hanya cukup Rp.10.000,00. Hal ini menjadi kekuatan kedai Dansun untuk menarik banyak pembeli yang dimana pengelola kedai harus tetap menjaga kelezatan rasa dan tetap menerapkan harga yang sepadan.

Point kedua yaitu menganalisis Weaknesses (kelemahan). Dalam program ini kelemahan dari kedai Dansun adalah letaknya yang kurang strategis. Letak kedai Dansun ini berada dalam jalan kecil (gang) yang dimana tidak banyak masyarakat yang tahu. Adanya hal ini diperlukan solusi agar meskipun letaknya di dalam gang kecil, masyarakat luas tetap bisa

mengetahui jika kedai Dansun ini menjual Baso Seafood. Salah satunya adalah dengan pembuatan di *marketplace* online dan dipromosikan di social media.

Point ketiga yaitu menganalisis Opportunities (peluang). Dalam program ini peluang dari kedai Dansun adalah dari bahan baku penjualan. Bahan baku yang dijual dalam produk Dansun ini sangat mudah dicari dan praktis yang nantinya akan memudahkan penjual saat ingin membeli stok tambahan. Bahan baku ini juga jauh dari kata langka yang nantinya bisa didistribukan ke pihak lain juga yang ingin membeli secara mentahan.

Point keempat yaitu menganalisis Threats (ancaman). Dalam program ini ancaman dari kedai Dansun adalah para pesaing lain yang menjual produk yang sama di daerah lain. Jika ada kedai lain yang menjual produk sama di tempat yang lebih strategis maka hasil penjualan Dansun juga akan menurun dikarenakan masyarakat di luar sana lebih mengenal kedai tersebut daripada kedai Dansun. Apalagi jika desain kedai di luar sana lebih menarik dan lebih marak terlihat oleh masyarakat yang lewat di jalanan luas.

Dari seluruh kegiatan awal sampai akhir telah dijelaskan hasil dan pelaksanaannya secara ringkas di artikel ini. Peneliti mendapatkan pengalaman baru dalam hal jual beli makanan, pengembangan sebuah usaha agar lebih menjamin kepuasan masyarakat, menikmati proses pengolahan sampai pembersihan kedai tutup. Pengalaman ini memberikan point positif terhadap peneliti dikarenakan merasakan bagaimana proses dalam sebuah sektor UMKM meskipun bukan golongan sektor besar. Selain itu juga memberikan point positif bagi pengelola kedai maupun masyarakat. Yang dimana pengelola kedai mendapatkan pengembangan sesuai yang diharapkan secara maksimal dan masyarakat pelayanannya makin bertambah dan lebih nyaman daripada sebelumnya.

Kesimpulan

Mengembangkan sebuah sektor UMKM memanglah bukan hal yang mudah bagi seorang pemula. Namun, hal itu tidak menjadikan dasar bahwa nantinya akan menjadi gagal dalam pengembangannya. Semua orang bisa mempelajari cara-caranya dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan sebuah sektor UMKM. Keberhasilan seseorang tidak ditentukan dari seberapa banyaknya pengalamannya, melainkan dari kepribadiannya yang gigih dan bertanggung jawab atas pekerjaannya.

Disini, peneliti mengambil progres KKN yaitu mengembangkan sebuah UMKM dalam bidang makanan yaitu di Kedai Dansun yang menjual makanan masa kini yaitu Baso Seafood. Sebelum peneliti melakukan progress KKN disini memang kedai ini sudah berjualan sebelumnya. Namun, ada beberapa aspek yang perlu dikembangkan agar kedepannya bisa lebih baik dan pendapatan Kedai makin bertambah. Aspek-aspek yang perlu dikembangkan tersebut menjadi target peneliti guna membantu untuk mengembangkannya agar kedai menjadi lebih menarik dan mendukung dari segi apapun itu.

Dalam hasil survey, peneliti menemukan permasalah dari segi tampilan kedai, menu, *self promotion*, maupun alat-alat didalam kedai. Peneliti mengembangkan permasalahan ini atas dasar persetujuan pihak kedai dan murni dilakukan oleh peneliti pribadi. Disini, peneliti mengembangkan semua permasalahan sudah dalam rencana yang terstruktur dan sesuai dengan analisis SWOT. Progres peneliti yang dikerjakan adalah seperti pengecatan tembok untuk merubah tampilan kedai agar semakin cantik, mempromosikan dan membuat

marketplace di media massa, melengkapi alat kedai seperti alat kebersihan, alat masak, alat utama dalam pembuatan menu seperti alat pembuat minuman, pembuatan logo sebagai identitas kedai ke masyarakat, penataan benda di setiap sudut agar terlihat rapi dan tidak kumuh, pemasangan banner identitas di kedai agar terlihat oleh masyarakat yang melewati kedai tersebut, inovasi penambahan menu baru yaitu aneka minuman dengan varian rasa.

Semua permasalahan di kedai telah peneliti selesaikan dengan tuntas dan membuat hasil yang maksimal. Setelah dikembangkan kedai menjadi lebih bagus dan hasil penjualan bertambah karena sudah adanya *marketplace* di media massa berbasis online seperti gojek dan Instagram. Menu minuman juga sudah tersedia sebagai penyeimbang makanan. Peneliti merasa cukup dengan hasil progress KKN di kedai Dansun ini. Selain itu, peneliti juga mendapatkan komentar positif dari pihak kedai karena progresnya berhasil dan tidak merugikan siapapun dalam hal apapun. Semua hasil kegiatan sudah tercantum dalam setiap laporan yang tertera dan disetiap laporannya ditulis oleh peneliti murni dari kegiatan nyata yang sudah dilakukannya di kedai.

Program KKN ini dapat berhasil juga dengan menerapkan beberapa metode yang mendukung atas maksimalnya tujuan yang dicapai. Salah satu metode yang sangat mempengaruhi kegiatan ini adalah Analisis SWOT. Analisis SWOT ini merupakan strategi-strategi yang didalamnya menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari proses penjualan di kedai Dansun yang nantinya juga pasti akan memahami resiko dari setiap point analisisnya. Jika analisis SWOT ini benar sudah diterapkan dengan baik, maka akan mendapatkan peluang besar bahwa kegiatan bisa berhasil sesuai tujuan.

Jadi, mengembangkan sebuah usaha atau apapun itu bisa dilakukan oleh siapapun asal diimbangi dengan niat dan pribadi yang gigih dan bertanggung jawab. Merencanakan apa saja yang menjadi faktor dalam sebuah pengembangan agar bisa mengoreksi resiko apa saja yang akan mempengaruhi rencana tersebut. Kegiatan peneliti ini sudah terselesaikan sesuai batasan hari yang telah ditentukan dengan hasil yang maksimal dan sudah tercantum secara detail dalam laporan yang terstruktur.

Ucapan Terima Kasih

Keberhasilan kegiatan ini pastinya ada orang-orang pendukung yang membantu selama kegiatan ini berlangsung. Maka, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Lukman Hakim, S.Fil, M.Phil selaku dosen pembimbing peneliti selama kegiatan ini berlangsung.
2. Bapak Samikan beserta istri selaku pengelola desa yang memberikan perizinan peneliti melakukan kegiatan KKN di kedai Dansun Simomulyo Surabaya.
3. Pemilik kedai Dansun selaku pihak utama yang sudah memberikan persetujuan kerjasama dalam melakukan kegiatan KKN ini.
4. Masyarakat yang sudah membantu mempromosikan kedai Dansun dan membeli di setiap harinya.
5. Orang tua selaku pendukung peneliti dalam kegiatan apapun dan dimanapun.

Daftar Pustaka

- Andriani, Friska, et al. "Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5.2 (2021): 2904-2910.
- MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MAKASSAR (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS HASANUDDIN).
- Putri, E. P. (2022, August). PENYULUHAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DESA MINGGIRSARI, KECAMATAN KANIGORO, KABUPATEN BLITAR, PROVINSI JAWA TIMUR. In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 204-212).
- Rahmat, S. A. (2021). EFEKTIVITAS PEMASARAN DAN DAMPAK TERHADAP PENDAPATAN USAHA OLAHAN PERIKANAN OTAK-OTAK IKAN TENGGIRI PADA
- Yuyun, A., & Gunarsa, D. (2011). Cerdas Mengemas Produk Makanan & Minuman. AgroMedia.